

# Wang diutamakan, moral diketepikan

**SEPERTI** tiada rasa malu. Itu antara gambaran sesuai diberikan kepada segelintir individu atau pengusaha yang begitu berani menggunakan kaedah promosi atau pengiklanan berunsur lucuh dan tidak senonoh semata-mata hendak melariskan produk.

Justeru, kebimbangan ini turut diluahkan oleh Ketua Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia, **Prof. Hamisah Zaharah Hasan** yang melihat amalan pengiklanan yang tidak beretika masih berleluasa.

“Mengeksploitasi wanita dan kanak-kanak paling ketara. Ini belum lagi mengambil kira strategi pengiklanan yang menggunakan pendekatan tidak sesuai yang bertentangan dengan nilai agama dan budaya.

“Perkara ini perlu diberi perhatian kerana kita bimbang kesannya akan mempengaruhi generasi muda yang merupakan separuh daripada populasi penduduk negara ini, terutama anak-anak yang tidak tahu menapis apa yang sesuai untuk dilihat dan sebaliknya,”ujarnya.

Jelasnya, masyarakat hari

ini dilihat terlalu materialistik sehinggakan apa sahaja yang ingin dilakukan, wang akan menjadi keutamaan tanpa memikirkan soal etika dan moral yang perlu dititikberatkan.

“Sebagai contoh mudah, apa yang berlaku di dalam kelas saya.



**HAMISAH  
ZAHARAH  
HASAN**

Ingat lagi dengan iklan Pepsi yang pernah menggandingkan penyanyi terkenal antarabangsa Britney Spears, Beyonce dan Pink. Dalam iklan itu, ketiga-tiga penyanyi itu mengenakan pakaian gladiator yang begitu seksi (kelihatan separuh bogel).

“Sempat juga disiarkan seketika di kaca televisyen pada 2004 sebelum ditarik balik oleh stesyen televisyen tempatan selepas ketidaksesuaian iklan itu dibangkitkan oleh seorang ahli parlimen.

“Saya menggunakan iklan komersial itu bagi menilai pelajar saya dari sudut pemilihan iklan sekiranya bertugas di sebuah stesen televisyen. Saya bertanya, adakah mereka akan menyiarkan iklan komersial tersebut sekiranya ditawarkan bayaran RM5 juta. Hasil daripada perbincangan itu memperlihatkan 80 peratus daripada mereka mengatakan ya. Alasan mereka kerana itu adalah sumber pendapatan yang menguntungkan stesen televisyen. Jadi, mengapa tidak?

“Daripada situasi tersebut, jelas memperlihatkan bagaimana generasi muda pada hari ini lebih mengutamakan nilai wang dan komersial semata-mata dan

menganggap iklan sebegini sebagai satu perkara biasa.

“Justeru, ini sewajarnya menjadi kebimbangan kita kerana mereka suatu hari nanti bakal menjadi pemimpin dan ibu bapa yang akan memimpin serta mendidik generasi seterusnya,” katanya.

Dalam pada itu, beliau menasihatkan pengguna supaya bertindak aktif membuat aduan kepada pihak berwajib sekiranya terdapat iklan melampau dan tidak sesuai terutama di media sosial.

“Kalau di stesen radio dan televisyen, mudah untuk dikawal kerana ada garis panduan yang telah ditetapkan sebelum diberi kelulusan untuk disiarkan.

“Namun, apabila melibatkan laman sosial, kerjasama semua pihak amat diperlukan dalam melaporkan apa jua bentuk iklan yang mengandungi unsur-unsur negatif yang tidak sepatutnya dimuat naik.

“Pelanggaran etika pengiklanan akan terus berleluasa kalau kita sendiri mengambil sikap berdiam diri dan memandang remeh isu ini,”ujarnya.